

## **Internet**

**Mercè Díez**

Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació  
(Universitat Autònoma de Barcelona)

**David Domingo**

Unitat de Comunicació Audiovisual, Publicitat i Periodisme  
(Universitat Rovira i Virgili)  
Observatori de la Comunicació Local  
de l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona  
(InCom-UAB)

Aquest capítol repassa les principals dades i novetats d'Internet a Catalunya durant el bienni 2007-2008. El marc regulador estatal, amb l'aprovació de la Llei de mesures d'impuls de la societat de la informació, n'és un dels trets més remarcables, juntament amb l'evolució i la consolidació dels mitjans de comunicació catalans a Internet i l'anomenat web social. Tanmateix, les mancances en infraestructures encara són una preocupació recurrent, alhora que la situació del català a Internet es manté dèbil, malgrat la bona evolució del domini .cat.

**Els objectius  
centrals de la  
lleï de mesures  
d'impuls de la  
societat de la  
informació són  
remoure barreres  
a l'ús de les TIC i  
garantir els drets  
dels ciutadans a  
la societat de la  
informació**



## 1. Introducció

Aquest capítol analitza, en primer lloc, quins han estat els fets més significatius del bienni 2007-2008 des del punt de vista de la regulació. Ens referim, en concret, a la Llei de mesures d'impuls de la societat de la informació i al cànion digital, i també fem un apunt sobre els canvis en l'estructura de l'Agència de Qualitat d'Internet (IQUA), tenint en compte la seva vinculació amb les autoritats reguladores.

El següent apartat es dedica a l'anàlisi de la implantació i l'ús social d'Internet, per la qual cosa ens basarem, en gran mesura, en les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (en endavant, el Baròmetre). També hem utilitzat dades d'altres fonts, particularment de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), per tal de poder apreciar l'evolució del sector i comparar la situació catalana amb l'espanyola i l'europea. Ens detindrem en els usuaris d'Internet i el seu perfil, la presència d'Internet a les llars, el tipus de connexió (amb una atenció molt especial a la banda ampla) i l'ús social de la Xarxa.

A continuació, abordem els continguts i serveis. Com ja hem fet en edicions anteriors d'aquest informe, dediquem una atenció especial als mitjans de comunicació. En aquest cas, no ens limitem a observar l'oferta disponible, sinó també algunes iniciatives que considerem que poden influir en el sector, com ara les ajudes públiques als mitjans digitals. Els llocs web socials i culturals, que són dos dels fenòmens més rellevants del període, també són tractats en aquest mateix apartat.

El darrer apartat del capítol s'ha reservat a la llengua catalana. A més d'aportar evidències estadístiques sobre l'estat de l'ús del català a Internet, també es destaquen les iniciatives destinades a afavorir-n'hi la presència; en aquest sentit, es valoren especialment els efectes d'un dels aspectes més rellevants de l'anterior edició d'aquest informe: la consecució del domini .cat per identificar a Internet la llengua i la cultura catalanes.

## 2. Marc regulador

Dins el període que abraça aquest informe cal destacar, des del punt de vista normatiu, l'aprovació, en l'àmbit estatal, de la Llei 56/2007, de 28 de desembre, de mesures d'impuls de la societat de la informació (LISI) (BOE, 29-12-2007). Aquesta llei s'emmarca dins de les mesures previstes al Pla Avança (2006-2010), per al desenvolupament de la societat de la informació a Espanya i de convergència amb Europa, que havia estat aprovat dos anys abans.

Els objectius centrals de la LISI són remoure barreres a l'ús de les TIC i garantir els drets dels ciutadans a la societat de la informació. La seva aprovació va comportar la modificació de lleis estatals anteriors, com la Llei 34/2002, de serveis de la societat de la informació i de comerç electrònic, i la Llei 59/2003, de signatura electrònica. També va introduir modificacions menors a la Llei 32/2003, general de telecomunicacions, i a la Llei 7/1996, d'ordenació del comerç minorista. En aquest darrer cas, s'introdueix l'obligació de disposar de mitjans d'interlocució electrònica

en serveis al públic d'especial transcendència econòmica (electricitat, aigua, gas, telecomunicacions). També es determina que les empreses amb més de 100 empleats o un volum d'operacions superior a 6 milions d'euros han d'oferir la possibilitat de fer electrònicament gestions com contractació, altes i baixes i facturació o bé oferir informació. A més, els llocs web d'aquestes empreses han de presentar un nivell mitjà d'accessibilitat<sup>1</sup> per tal de facilitar-hi l'accés de discapacitats i persones d'edat avançada. Aquest mateix requisit també vinculava les diferents administracions, a les quals es posava el termini de finals de 2008 per complir amb els criteris d'accessibilitat.

Per tal de facilitar una major seguretat en l'ús d'Internet, la LISI determina l'obligació per part dels proveïdors d'accés a la Xarxa d'informar els usuaris sobre mitjans tècnics que permetin la protecció davant problemes de seguretat a Internet, com ara virus o correu brossa, així com sobre les eines de filtratge de continguts no desitjats. També s'estableix que els prestadors de serveis de la societat de la informació han d'informar sobre les mesures de seguretat que hi apliquen.

Amb relació a la factura electrònica, la LISI preveia l'elaboració d'un pla per part del Govern de l'Estat o de les comunitats autònomes amb competències perquè es generalitzi. Aquest pla complementa l'obligatorietat de la factura electrònica prevista a la Llei de contractes del sector públic, en tramitació quan es va aprovar la LISI.

Pel que fa al comerç electrònic, la llei pretén impulsar l'activitat econòmica a Internet. En aquest terreny, regula les subhastes electròniques entre empreses (B2B), per tal d'atorgar major seguretat a aquestes pràctiques. També regula les comunicacions comercials i la contractació electrònica, i estableix criteris de valoració de la firma electrònica que obliguen els prestadors de serveis de signatura electrònica a comprovar les dades inscrites en registres públics.

Un dels aspectes més polèmics de la llei era el de les possibles restriccions de serveis. En aquesta matèria, establia el procediment de cooperació intracomunitari, segons el qual els òrgans competents poden actuar restrictivament sobre serveis que provenguin de països d'un Estat de la Unió Europea o de l'Espai Econòmic Europeu. També es fixava el deure de col·laboració dels prestadors de serveis d'intermediació en el supòsit que un òrgan competent decideixi interrompre un servei. Així mateix, s'establia que la restricció de pàgines d'Internet, quan pugui afectar drets com el de la llibertat d'expressió i informació, només podrà ser exercida per les autoritats jurisdiccionals competents.

El febrer de 2008 l'Associació d'Internautes (AI) va presentar davant el Defensor del Poble espanyol una sol·licitud de declaració d'inconstitucionalitat de la LISI perquè s'eliminessin els articles que deixen oberta la possibilitat que siguin censurats els continguts a Internet en l'àmbit del comerç electrònic sense intervenció judicial.

Els internautes denunciaven que la LISI atorga noves competències de control a entitats privades o públiques que tinguin atribuïdes legalment funcions de protecció en matèries com ara la preservació de l'ordre públic, la defensa nacional o la protecció de la salut pública. Per l'AI, això comporta que un òrgan indeterminat pugui censurar continguts a Internet solapant l'activitat judicial. Amb posterioritat a l'acció davant el Defensor del Poble, l'AI va enviar una denúncia a la Comissió Europea per la "caòtica" regulació espanyola de control de continguts comercials.<sup>2</sup>

**El febrer de 2008 l'Associació d'Internautes va presentar davant el Defensor del Poble espanyol una sol·licitud de declaració d'inconstitucionalitat de la LISI perquè s'eliminessin els articles que deixen oberta la possibilitat que siguin censurats els continguts a Internet en l'àmbit del comerç electrònic sense intervenció judicial**



1. En funció del que estableix la Llei 51/2003, de 2 de desembre, d'igualtat d'oportunitats, no-discriminació i accessibilitat universal de les persones amb discapacitat.

2. Vegeu *El País*, 14-2-2008, p. 60, i Asociación de Internautas [En línia]: <<http://www.internautas.org/html/5003.html>> [Consulta: juny de 2009].

**L'Associació d'Internautes i altres plataformes, com "Tots contra el cànon", van recórrer aquest impost que grava tots els suports i aparells susceptibles de realitzar còpies d'obres subjectes a drets d'autor**



Un altre assumpte polèmic ha estat la reforma de la Llei de propietat intel·lectual, aprovada el desembre de 2007, que introduïa noves tarifes per l'anomenat cànon digital. L'Associació d'Internautes i altres plataformes, com "Tots contra el cànon", van recórrer aquest impost que grava tots els suports i aparells susceptibles de realitzar còpies d'obres subjectes a drets d'autor. Finalment, les tarifes d'aquest cànon van quedar fixades en una ordre ministerial, de 18 de juny de 2008,<sup>3</sup> on es detallava la relació d'equipaments, suports i materials subjectes al pagament de la compensació per còpia privada.

A banda de les novetats normatives produïdes durant el bienni 2007-2008, un altre aspecte remarcable del període ha estat la nova etapa iniciada per l'IQUA, l'Agència de Qualitat d'Internet, que el febrer de 2008 va modificar la seva estructura. L'IQUA va ser constituïda l'octubre de 2002, sota la forma d'associació, per tres entitats públiques independents: el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions (CMT) i el Consell Andorrà de l'Audiovisual. Més tard s'hi va incorporar el Consell Audiovisual de Navarra i l'entitat pública Red.es. El desembre de 2007 s'hi va afegir el Consell Audiovisual d'Andalusia, i el febrer de 2008, l'Associació per a l'Autoregulació de la Comunicació Comercial (Autocontrol) i l'Associació Espanyola de Comerç Electrònic i Màrqueting Relacional (AECEM). Amb aquesta nova estructura, com es valora des de la mateixa agència, se'n reforça el caràcter estatal, "que pretén implicar-hi tots els agents del país amb competències d'Internet".<sup>4</sup>

### 3. Implantació i ús social d'Internet

#### 3.1. Usuaris

Segons les dades del Baròmetre relatives a la penetració d'Internet a Catalunya, el 2008 el 54,2% dels enquestats havia utilitzat Internet el darrer mes (49,5% el 2007). Dins d'aquest col·lectiu, una considerable majoria en feia un ús molt intensiu, superior a 25 dies al mes (62,7% el 2008 i un punt menys l'any anterior).

Des d'una perspectiva territorial, les comarques amb un percentatge d'internautes superior a la mitjana catalana durant el 2007 i el 2008 són les barcelonines del Baix Llobregat, el Barcelonès, el Vallès Oriental i el Vallès Occidental, a més del Gironès.

Amb relació a les persones que a Catalunya han accedit a Internet els darrers tres mesos, segons l'INE (2008), s'observa un notable increment, amb un 64,2% d'usuaris l'any 2008 (vegeu la taula 1). A escala espanyola, únicament una comunitat autònoma supera el percentatge català de 2008 (la Comunitat de Madrid, amb un 67%).

3. Ordre PRE/1743/2008, de 18 de juny (BOE, 19-06-2008).

4. IQUA (2008): "IQUA inicia una nova etapa amb l'entrada del Consell de l'Audiovisual d'Andalusia, d'Autocontrol i d'AECEM" [En línia]. <<http://www.iqua.net/?go=S3ij27PQ09INywsO3F0alSoH3yDwC6Q7gNBC1/3Ojqrmy9A2BXIGk48YbEvOA==>> [Consulta: maig de 2009].

**Taula 1. Persones que han utilitzat Internet els darrers tres mesos (%) (2004-2008)**

	2004	2005	2006	2007	2008
Catalunya	47,6	52,1	53,2	56,2	64,2
Espanya	40,4	44,4	47,9	52,0	56,7

Font: INE (2008)

Amb un criteri més restrictiu, si tenim en compte els usuaris habituals, és a dir, els que almenys han utilitzat Internet un cop a la setmana els tres darrers mesos, el percentatge per a Catalunya el 2008 és del 59,1%. Aquesta dada la situa com la comunitat autònoma amb un percentatge més alt d'usuaris habituals, únicament una dècima per sobre de la Comunitat de Madrid i amb gairebé 10 punts percentuals més que el percentatge de la mitjana espanyola.

A Europa, segons les dades d'Eurostat (INE, 2008), el percentatge d'usuaris d'Internet (darrers tres mesos) el 2007 era del 57%. Tenint en compte les dades de la taula 1, si Catalunya formés part d'aquesta estadística ocuparia el tretzè lloc, acompanyada d'Eslovàquia. Espanya ocupa la setena posició, al mateix nivell que Hongria. Els tres països amb percentatges més alts són Holanda (84%), Dinamarca (81%) i Suècia (80%).

La franja d'edat on trobem un percentatge més elevat d'usuaris d'Internet es troba entre els 25 i els 34 anys però és en els joves d'entre 14 i 19 anys on trobem un ús més intens de la Xarxa



3.2. Perfil

Segons dades del Baròmetre, els usuaris d'Internet són majoritàriament homes (el 2007 representaven el 59,7%, i el 2008 davallaven molt lleugerament, fins al 58,4%).

Amb relació a l'edat, la franja on trobem un percentatge més elevat d'usuaris es troba entre els 25 i els 34 anys (els dos anys d'aquest bienni tenien xifres molt similars amb relació al total d'usuaris d'Internet: el 2007, el 29,4%, i el 2008, el 29,6%). La franja següent és la corresponent als 35-44 anys (al voltant del 21% i el 22%). Les franges dels més joves (14-19 anys i 20-24 anys) i la dels adults d'entre 45 i 54 anys se situen a uns nivells similars, entre el 12% i el 14%. A partir dels 55 anys és on es troba el punt d'inflexió que marca una reducció visible en l'ús d'Internet (vegeu la taula 2).

Taula 2. Percentatge d'usuaris d'Internet a Catalunya per franges d'edat amb relació al total (2007 i 2008)

Edat	% total població		% usuaris d'Internet	
	2007	2008	2007	2008
14 a 19 anys	6,5	6,4	12,5	12,2
20 a 24 anys	7,2	6,9	13,6	12,5
25 a 34 anys	21,1	20,8	29,4	29,6
35 a 44 anys	18,8	19,0	21,2	22,5
45 a 54 anys	15,1	15,3	14,4	13,5
55 a 64 anys	12,3	12,5	6,2	6,6
65 i més anys	19,0	19,0	2,8	3,0

Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Anys naturals 2007 i 2008.

Amb tot, les dades anteriors també s'han de relacionar amb d'altres que posen de manifest la puixança de l'ús d'Internet per part dels adolescents. Si en comptes de fixar-nos en quin és el pes de les diverses franges d'edat en el conjunt dels usuaris d'Internet (el major pes correspon, com hem dit abans, als 25-34 anys) mirem quin és el percentatge d'ús de la Xarxa a cadascun dels segments d'edat, podrem apreciar que és en els joves d'entre 14 i 19 anys on trobem un ús més intens (el 59,5% dels joves entre 14 i 24 anys hi accedien l'any 2007, un percentatge que es dispara fins al 65,6% l'any 2008). Aquí cal tenir en compte que l'accés a Internet puja absolutament a totes les edats en el període d'anàlisi d'aquest informe (vegeu la taula 3).

**Així com el nivell d'estudis té relació amb l'ús d'Internet, també hi ha una relació marcada en funció de la situació laboral, ja que els usuaris d'Internet són persones que treballen en una feina remunerada en més del 70% dels casos**



**Taula 3. Percentatge d'usuaris d'Internet a Catalunya a cadascuna de les franges d'edat (2007 i 2008)**

Edat	Total població (en milers)		% usuaris d'Internet	
	2007	2008	2007	2008
14 a 19 anys	400	401	59,5	65,6
20 a 24 anys	444	430	58,0	62,8
25 a 34 anys	1.302	1.296	42,9	49,2
35 a 44 anys	1.160	1.186	34,6	40,7
45 a 54 anys	935	955	29,1	30,5
55 a 64 anys	761	779	15,4	18,1
65 i més anys	1.176	1.184	4,4	5,5

Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Anys naturals 2007 i 2008.

Pel que fa al nivell d'estudis, el percentatge més elevat d'usuaris d'Internet correspon a persones amb un nivell d'estudis d'FP2, ESO, batxillerat o COU.

Així com el nivell d'estudis té relació amb l'ús d'Internet (en els nivells més baixos d'instrucció, fins a primària, és un ús gairebé testimonial), també hi ha una relació marcada en funció de la situació laboral, ja que els usuaris d'Internet són persones que treballen en una feina remunerada en més del 70% dels casos (71,5% el 2007 i 70,8% el 2008).

Si tenim en compte la classe social, la que es defineix com a classe mitjana té un pes semblant en el conjunt de la mostra i en el conjunt de les persones que usen Internet (el 2007 el 45,5% de la mostra es definia de classe mitjana i el 46,9% dels usuaris d'Internet corresponien a aquesta categoria; el 2008 els percentatges eren, respectivament, el 48,9% i el 49,7%). En canvi, tant a l'extrem de les classes més altes com al de les més baixes es produeixen oscil·lacions d'uns 15 punts percentuals entre el seu pes en la mostra i el seu pes amb relació als usuaris d'Internet. Aquí les diferències són cap a l'alça en el cas de les classes altes i cap a la baixa en el cas de les classes més modestes. Per veure-ho més concretament, del conjunt dels enquestats pel Baròmetre el 2007, el 30,7% es definia com de classe mitjana baixa i baixa, però aquesta categoria només representaven el 14,3% dels usuaris d'Internet (el 2008 representaven el 26,2% i el 10,5%, respectivament).

En funció del rol familiar, predominen les persones que no es defineixen ni com a sustentador principal ni com a persona dedicada a la cura de les tasques domèstiques, sinó que se situen en la categoria d'"altres" (44,7% el 2007 i 42% el 2008). Per descomptat, cal tenir en compte que l'evolució dels rols familiars és cada cop més difusa (per exemple, cada vegada és més gran el nombre de dones que aporten la font d'ingressos principal a l'economia domèstica, cosa que no les eximeix, sovint, de portar també el major pes de la intendència de la llar).

D'altra banda, el percentatge d'usuaris d'Internet que viuen a una llar amb tres o més membres (76,9% l'any 2007 i 75% el 2008) és superior a la mitjana de la població de la mostra que viu en aquestes condicions (66,6% el 2007 i 66,4% el 2008). Això pot tenir a veure amb la variable de la franja d'edat dels usuaris d'Internet (majoritàriament entre 25 i 34 anys) i amb l'avançada edat a què se sol assolir l'emancipació familiar.

Pel que fa al nombre d'habitants per població, s'observa una limitada diferència entre la mostra d'enquestats que viuen a poblacions amb



menys de 2.000 habitants (4,9% el 2007 i 5,1% el 2008) i els usuaris d'Internet corresponents a aquesta mateixa condició (3,3% el 2007 i 3,6% el 2008).

### 3.3. Presència a les llars

Segons dades de l'INE (2008), la disponibilitat de connexió a Internet de les llars catalanes l'any 2007 era del 51,3%, mentre que l'any 2008 aquesta xifra havia pujat fins al 60,1%.

Per províncies, Barcelona és la que presenta percentatges més alts de connexió a les llars (54,2% el 2007 i 60,3% el 2008).

En el context autonòmic, el percentatge a Catalunya de llars amb connexió a Internet únicament és superat per la Comunitat de Madrid (56,6% el 2007 i 62,3% el 2008), segons l'INE (2008).

### 3.4. Tipus de connexió

La velocitat i el cost de les connexions són aspectes summament rellevants per valorar la qualitat de l'accés a Internet i també les seves barreres.

Segons dades d'un informe publicat el maig de 2008 per l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE, 2008), que agrupa els 30 països més desenvolupats del món, a finals de 2007 la taxa de penetració de la banda ampla als països de l'OCDE era de 19,96 línies per cada 100 habitants, i a Espanya, de 18,04 línies.<sup>5</sup> En el grup de països amb major penetració (superior a les 30 línies per 100 habitants) s'hi trobaven Dinamarca, Holanda, Noruega, Suïssa i Suècia.

Pel que fa a l'esforç econòmic dels usuaris per contractar l'accés a la Xarxa, en el mateix informe s'establí que a Espanya corresponia a prop del 3% de la renda *per capita* dels abonats. Era el vuitè país de l'OCDE amb la banda ampla més cara (només superat per Mèxic, Turquia, Eslovàquia, la República Txeca, Polònia, Hongria i Portugal). Els països amb millors preus amb relació a la renda *per capita* eren Luxemburg, Suïssa, Finlàndia, Dinamarca, el Regne Unit, Irlanda i Alemanya.

La situació de les connexions de banda ampla a Espanya durant el període 2007-2008 ha motivat tocs d'atenció de la comissària europea de la Societat de la Informació i els Mitjans de Comunicació, Viviane Reding. El març de 2008, en la presentació d'un informe sobre el mercat de les telecomunicacions, va alertar sobre la lenta expansió de la banda ampla a les llars a Espanya, que va passar, segons les dades de què disposava, del 15,2% al 18,3% el 2007 (*La Vanguardia*, 20-03-2008, p. 21). Un any més tard, en un context semblant, Reding també cridava l'atenció sobre el preu de les connexions de banda ampla. Només tres països (Romania, la República Txeca i Àustria) tenien ofertes d'Internet d'alta velocitat més cares que Espanya, on el preu mensual mitjà era de 45,83 euros el 2008, mentre que a la UE era de 36,89 euros (*La Vanguardia*, 26-03-2009, p. 59).

A més d'aquest preu tan elevat de les connexions, una altra qüestió a tenir en compte és la velocitat real amb relació a la contractada. Segons un estudi d'ADSL Zone fet sobre dades recollides entre gener i juny de 2008, el percentatge d'eficiència de línia en ADSL i cable varia segons les velocitats de contractació i els operadors. En general, però, el rendiment real de què gaudeix l'usuari oscil·la entre el 80% d'assoliment de la velocitat promesa en el cas de les modalitats d'1 i 3 megabits, i el 37,3% en la modalitat de 20 megabits. És a dir, a major velocitat contractada

**La situació de les connexions de banda ampla a Espanya durant el període 2007-2008 ha motivat tocs d'atenció de la comissària europea de la Societat de la Informació i els Mitjans de Comunicació**



5. Això significa 1,92 punts de diferència. Aquesta dada va ser presentada per un diari de referència sota el títol "España empeora la brecha digital respecto a los países desarrollados", donat que la diferència el primer semestre de 2007 era d'1,67 punts. Amb tot, mirant amb una mica més de perspectiva la sèrie, que presentava dades des de 2002, l'etapa de màxim distanciament, per sobre dels dos punts, s'havia produït entre 2004 i el primer semestre de 2005 (*El País*, 24-05-2008, p. 22).

**Segons el Baròmetre, la majoria de les llars catalanes amb connexió a Internet comptaven amb una connexió d'alta velocitat: el 84,2% el 2007 i el 84,9% el 2008. D'aquestes, el percentatge més nombrós correspon a velocitats de 3 o més megabits**



menor és la proporció en velocitat real experimentada (ADSL ZONE, 2008).

Dins d'aquest context, també cal tenir en compte la particularitat de la situació catalana. Tal com es va comentar en l'anterior edició d'aquest informe, el desequilibri en el desplegament de la banda ampla a Catalunya havia motivat un informe crític per part del Síndic de Greuges. En el període de l'actual informe (2007-2008) encara és viva la preocupació sobre aquesta qüestió, com es pot apreciar en aquesta opinió de Jordi Bosch, secretari de Telecomunicacions i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya: "Pel que fa a infraestructures patim un desequilibri. Si apostem realment per la societat de la informació i del coneixement, hem de fer un salt qualitatiu endavant. Les infraestructures d'avui, tret d'alguns forats territorials que hem de cobrir encara, són adequades per anar fent. Però si volem fer un salt qualitatiu, incorporant serveis audiovisuals [...], les infraestructures d'avui són un coll d'ampolla" (GORDILLO, 2007: 74).

Segons Kim Faura, director general de Telefónica a Catalunya, la primavera de 2008 Catalunya comptava amb 1,5 milions de connexions ADSL, d'un total de 8 milions per tot Espanya. Aquestes dades les va aportar tot anunciant 1.800 milions d'euros en els propers tres anys per reforçar les infraestructures a Catalunya, aspecte que té en compte el desplegament de la banda ampla per assumir l'increment de la demanda d'aquest tipus de comunicació (*El País*, Catalunya, 15-03-2008 p. 7.).

Segons el Baròmetre, la majoria de les llars catalanes amb connexió a Internet comptaven amb una connexió d'alta velocitat: el 84,2% el 2007 i el 84,9% el 2008. D'aquestes, el percentatge més nombrós correspon a velocitats de 3 o més megabits (Mb): 34,6% el 2007 i 51,9% el 2008. Aquest increment tan gran s'ha fet a costa de les connexions de menor velocitat (1 Mb), que han passat de ser el 18,2% a representar el 7,4%. També s'ha produït un salt important amb relació al Wi-Fi (xarxa local sense fil) a la llar: la connexió sense fil ha passat de representar el 29,7% d'aquells que tenien accés a Internet el 2007 al 37,6% el 2008, segons el Baròmetre.

Tenint en compte el tipus de connexió, també destaca en aquest període el projecte "Barcelona sense fils", impulsat per l'Ajuntament de Barcelona per facilitar connexions Wi-Fi. Aquest projecte, que arriba fins al 2010, preveu dotar 500 edificis públics de connexions sense fil a Internet. Inicialment va topar amb les reticències dels operadors privats i de la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions, però també amb les entitats que ja estaven treballant en un projecte de xarxa Wi-Fi lliure a la ciutat, perquè consideraven que el consistori no tenia la voluntat de sumar-se a iniciatives ja engegades. Aquestes iniciatives ciutadanes de xarxa lliure sense fil es troben en bona mesura aplegades a la Fundació Guifi.net, la xarxa sense fil lliure més gran del món, amb gairebé 5.000 nodes repartits per Catalunya. El 2007 va rebre el premi de Telecomunicacions de la Generalitat (*El País*, 11-01-2007, p. 18; i *El País*, Ciberp@ís, 10-07-2008, p. 5.).

### 3.5. Ús social

Com es pot apreciar a la taula 4, els cercadors són, de llarg, el tipus de web més visitat pels internautes, seguits pels webs de bancs i caixes i els webs personals (blocs).



Taula 4. Visites per tipus de lloc web els últims 30 dies a Catalunya (2007 i 2008) (%)

	2007	2008
Prensa generalista en paper	18,1	21,3
Prensa esportiva en paper	9,0	7,8
Prensa econòmica en paper	1,8	2,0
Mitjans de comunicació digitals	4,6	3,8
Webs de revistes	3,7	3,6
Webs de ràdios	7,2	8,2
Webs de televisions	5,0	6,0
Cercadors	88,1	96,2
Portals generalistes	15,0	19,5
Webs temàtics i comercials	15,0	22,5
Webs de bancs i caixes	23,4	30,6
Webs d'administracions públiques	14,5	20,3
Webs personals	16,9	27,0
Altres	20,4	23,4
Cap	4,0	1,4

Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Anys naturals 2007 i 2008.

Pel que fa als usos de la Xarxa, destaca a gran distància la utilització del correu electrònic. També resulta molt significatiu el gran increment dels jocs en línia, que fins i tot superen el popular sistema de comunicacions per Internet Messenger (vegeu la taula 5).

Taula 5. Usos habituals d'Internet els últims 30 dies a Catalunya (2007 i 2008)

	2007	2008
Correu electrònic	84,9	90,8
Messenger	59,9	61,2
Webs interactius (fòrums)	14,1	13,9
Trucades telefòniques (tel. IP)	5,7	6,7
Veure la televisió	6,3	10,0
Compres i banca	21,8	18,5
Fitxers d'àudio, productes culturals	35,3	37,6
Consulta de preus de productes	54,9	53,7
Jugar en línia	35,9	87,8
Cap	5,7	13,7

Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Anys naturals 2007 i 2008.

El lloc preferent des del qual s'accedeix a Internet és el domicili (84,7% el 2007 i 88,1% el 2008), seguit de la feina (20,4% el 2007 i 18,7% el 2008). Amb tot, els horaris de connexió més freqüents (de 9 h a 13 h i de 16 h a 19 h) corresponen als horaris habituals de feina o estudis. D'altra banda, la mitjana d'ús se situa en 2,1 hores, sempre segons el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

## 4. Oferta de continguts i serveis

### 4.1. Mitjans de comunicació

El bienni 2007-2008 ha suposat la consolidació dels webs informatius nacionals en el menú mediàtic d'una part significativa de la societat catalana. Segons dades del Baròmetre, el 28,3% dels internautes consulten

El bienni 2007-2008 ha suposat la consolidació dels webs informatius nacionals en el menú mediàtic d'una part significativa de la societat catalana



**La renovació dels principals mitjans digitals ha continuat amb força, sobretot centrada en el desenvolupament de blocs d'opinió, continguts audiovisuals i espais de participació de l'audiència**



mitjans digitals. La generalització dels continguts audiovisuals i els espais de participació per als usuaris ha homologat el periodisme digital català amb les tendències globals: els equips humans de les redaccions digitals més grans han crescut de forma significativa i el nombre de mitjans que auditen les dades d'audiència amb l'OJD ha augmentat de 8 a 21, amb resultats que marquen un creixement constant d'usuaris. Tot plegat, són indicadors d'una normalització del periodisme digital que també s'està produint (encara que més lentament) en l'àmbit local.<sup>6</sup> Tanmateix, la crisi econòmica que ha esclatat al final del període analitzat i el seu impacte directe i dramàtic sobre les inversions publicitàries pot fer trontollar aquesta etapa d'estabilitat, ja que les estructures dels mitjans digitals són encara més febles que les dels tradicionals, i quan estan en el marc d'una empresa de premsa o audiovisual segueixen sent un projecte secundari en comparació del producte de referència, que de moment encara segueix aportant molts més ingressos que el lloc web.<sup>7</sup>

La renovació dels principals mitjans digitals, que va ser molt significativa entre 2005 i 2006, ha continuat amb força, sobretot centrada en el desenvolupament de blocs d'opinió, continguts audiovisuals i espais de participació de l'audiència. L'*Avui* va fer el salt qualitatiu més important, després de més d'una dècada amb un web que simplement abocava els continguts del paper a Internet. El nou disseny també ha significat un canvi de model, i ha començat a produir notícies a Internet de forma contínua. Mitjans purament digitals com lamalla.cat i e-Notícies també han fet canvis profunds en les seves maquetes, mentre que *El Periódico* i *La Vanguardia* han optat per fer evolucionar els dissenys que ja havien modificat recentment. En tots els casos el vídeo té ara una presència destacada en portada, però e-Notícies ha optat per crear també un lloc web específic ([www.e-noticies.tv](http://www.e-noticies.tv)) seguint les passes de VilaWebTV.

D'altra banda, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) va refundar el seu portal de notícies (amb canvi de nom inclòs: 3cat24.cat) amb la intenció de coordinar definitivament l'oferta informativa a Internet amb la de la ràdio i la televisió. El nou portal dona més visibilitat a la producció audiovisual i aposta per la participació, amb comentaris sobre les notícies i un espai on els usuaris poden enviar vídeos, textos, fotos i peces d'àudio. L'espai dedicat a la meteorologia és un dels que té més èxit per la seva vinculació amb la televisió convencional, on sovint s'ensenya material produït pels internautes. Per millorar la coordinació de la producció informativa, la redacció del 3cat24.cat s'ha traslladat a conuiu amb la dels serveis informatius de Catalunya Ràdio; a més, té un periodista a la redacció del canal 3/24.

La CCMA va decidir, finalment, oferir gratuïtament tots els vídeos del servei 3alacarta.cat, que recollia, a finals de 2008, més de 75.000 peces de producció pròpia, amb 600 vídeos nous cada setmana. La publicitat al principi de cada vídeo subvenciona el cost del servei. L'altra gran aposta de la CCMA per Internet, iCat FM, nascuda a mitjans de 2006, s'ha consolidat amb cinc emissores a la Xarxa que amplien l'oferta respecte al que s'ofereix a la ràdio convencional. VilaWeb va estrenar, l'abril de 2008, una edició de nit, que a partir de les vuit de la tarda destaca continguts menys lligats a l'actualitat diària i recomana webs interessants als usuaris. En general, es percep una major agilitat de les redaccions digitals en la incorporació d'innovacions, signe que les empreses periodístiques estan més disposades a invertir en el producte web, com a mínim abans

6. Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol "La comunicació local".

7. Jornada "Noves tecnologies, nous negocis: Els mitjans digitals en temps de canvi". Mataró, 18 de març de 2009.

que comencés la crisi econòmica. Un símptoma similar de vitalitat era la mida de les redaccions digitals més grans, que van augmentar el nombre de periodistes durant el període (vegeu la taula 6).

Taula 6. Periodistes a les redaccions dels principals mitjans digitals catalans (2004 i 2008)<sup>A</sup>

	2004	2008
La Vanguardia	9	24
3cat24.cat	13	19
VilaWeb.cat	6	11
El Periódico de Catalunya	9	14

<sup>A</sup> Periodistes contractats a temps complet. Inclou els càrrecs de director/editor i/o redactor en cap allà on són presents.

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2003-2004 i dades recollides per estudiants dels estudis de Comunicació de la URV (gener de 2009).

Els diaris digitals d'actualitat política i opinió, que van tenir una eclosió el 2006, han ampliat l'oferta amb blocs, seguint l'estratègia d'incorporar columnistes al mateix lloc web o recomanant la feina de blocaires externs. S'hi han afegit Directe!cat i Crònica. També han nascut nous mitjans purament digitals especialitzats: en cultura, destaquen el portal d'actualitat Cultura21.cat i la televisió en línia Sies.tv, mentre que en l'àmbit de l'economia domèstica trobem Jurnal.

L'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC) va crear el 2008 el primer aparador virtual de les seves revistes, que en molts casos ofereix per primera vegada a Internet el contingut de la versió impresa. Coincidint amb la festa de Sant Jordi d'aquell any, van oferir una promoció de subscripció gratuïta a la versió digital de les revistes, que habitualment costa entre un 30% i un 40% menys que la subscripció a la versió impresa. El portal Quiosc.cat funciona amb la tecnologia de Zinio, una empresa nord-americana especialitzada en l'edició digital facsímil de revistes, que permet mostrar-les amb la maquetació del paper i llegir-les "passant" les pàgines com en l'edició impresa.

La Generalitat va doblar els ajuts a mitjans digitals el 2007, fins a superar els 2 milions i mig d'euros. La xifra s'ha estabilitzat amb una lleugera reducció el 2008, però mentre que el nombre total d'iniciatives d'innovació finançades s'ha reduït, les subvencions automàtiques basades en l'audiència i el personal de les empreses van arribar a 50 mitjans, quan el 2007 eren només 18 (vegeu la taula 7).

Taula 7. Subvencions de la Generalitat als mitjans digitals (2006-2008)


	2006	2007	2008
Automàtiques	384.275	492.106	670.000
Projectes	865.950	2.010.055	1.665.800
TOTAL	1.250.225	2.502.161	2.335.800

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anunci pel qual es dona publicitat a la concessió de subvencions durant l'any 2007 (DOGC, 14-03-2008); DEPARTAMENT DE LA PRESIDÈNCIA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2006); INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (2006): *Ajuts de l'ICIC a la premsa* [document cedit per Gemma Barberan Bergós, de l'Àrea del Llibre i les Arts Visuals de l'Institut Català de les Indústries Culturals], i dades de la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals facilitades per Martí Porter per a l'any 2008.

La Generalitat  
va doblar els  
ajuts a mitjans  
digitals el 2007,  
fins a superar els  
2 milions i mig  
d'euros



**Gràcies a l'exigència de la Generalitat de Catalunya d'una auditoria externa de l'audiència dels llocs web informatius que vulguin optar a les subvencions estructurals, i també gràcies al creixement en la inversió publicitària, 13 mitjans catalans grans i petits s'han unit en el bienni estudiat als 8 que ja estaven a l'OJD Interactiva**



Els ajuts de la Generalitat segueixen prioritant els mitjans de comunicació generalistes (*El Periódico, La Vanguardia, El Punt, VilaWeb, Avui*), que es reparteixen la meitat del pressupost, no només per l'audiència que tenen sinó també perquè són projectes substancialment més costosos que els de la resta de mitjans (vegeu la taula 8). Els mitjans locals han perdut pes en projectes d'innovació aprovats, però representen un gruix important dels ajuts automàtics, mentre que els diaris digitals centrats en l'actualitat política (*e-Notícies, Crònica, El Debat, Directe!cat*) creixen en el pressupost dels ajuts de manera paral·lela a la seva expansió com a model.

**Taula 8. Distribució per àrees dels ajuts de la Generalitat a mitjans digitals (2007 i 2008)**

	2007	2008
Generalistes	1.251.458	1.279.921,09
Polítics	380.145	477.719,89
Temàtics	261.975	167.165,73
Locals	608.583	410.993,29
<b>TOTAL</b>	<b>2.502.161</b>	<b>2.335.800</b>

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anunci pel qual es dona publicitat a la concessió de subvencions durant l'any 2007 (DOGC, 14-03-2008); DEPARTAMENT DE LA PRESIDÈNCIA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2006); INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (2006): *Ajuts de l'ICIC a la premsa* [document cedit per Gemma Barberan Bergós, de l'Àrea del Llibre i les Arts Visuals de l'Institut Català de les Indústries Culturals], i dades de la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals facilitades per Martí Porter per a l'any 2008.

Gràcies a l'exigència de la Generalitat de Catalunya d'una auditoria externa de l'audiència dels llocs web informatius que vulguin optar a les subvencions estructurals, i també gràcies al creixement en la inversió publicitària, 13 mitjans catalans grans i petits s'han unit en el bienni estudiat als 8 que ja estaven a l'OJD Interactiva des de feia uns anys. Això ha permès disposar per primera vegada de dades homogènies i representatives de l'audiència dels mitjans digitals catalans. A més, Nielsen i OJD van acordar fusionar els seus sistemes de mesura en un únic servei el novembre de 2007, fet que va dissipar la guerra de xifres que suposava la comparació de resultats obtinguts amb metodologies diferents.

En aquest sentit, el Baròmetre no inclou en les seves enquestes preguntes específiques sobre quins mitjans digitals visiten els internautes; però en el cas d'Internet, les dades d'OJD/Nielsen són una eina molt adient, donat que registren de forma inequívoca cada visita al lloc web i poden controlar quants usuaris únics mensuals té cada mitjà digital independentment del nombre de visites que facin. Això requereix que el web estigui donat d'alta en el servei de control i, per tant, deixa fora de les estadístiques els que no hi estiguin. Però la precisió del sistema i el fet que cada cop guanya més massa crítica de mitjans adherits semblen garantir-ne el futur com a referent per mesurar les audiències a la Internet catalana.

De l'evolució de les dades (vegeu la taula 9) es desprèn que els mitjans tradicionals líders d'audiència fora de la Xarxa han sabut exportar la seva capacitat d'atracció a Internet. Els webs informatius de referència són els grans diaris de Barcelona publicats en castellà i català (*El Periódico*

de Catalunya, que ha doblat el nombre d'usuaris en dos anys) o només en castellà (*La Vanguardia*, líder indiscutible a Internet, amb més de dos milions d'usuaris mensuals a finals de 2008, un cop s'ha reincorporat al control de l'OJD després de 6 anys). Els portals de la CCMA en conjunt ocupen el tercer lloc, amb més d'un milió d'usuaris mensuals; però, tenint en compte que el web de TV3 (més orientat a la programació de la cadena que a seguir l'actualitat periodística) recull més de tres de cada quatre visites, podem afirmar que el primer mitjà d'informació en català és VilaWeb, amb un creixement sostingut fins als 330.000 usuaris mensuals, seguit de l'*Avui*, que amb el nou disseny creix de manera important i frega els 240.000 usuaris mensuals, i del 3cat24.cat, el nou portal de notícies de la CCMA, que a finals de 2008 arribava gairebé als 230.000 usuaris. Destaca també la posició de Racó Català, un veterà mitjà amb continguts generats pels internautes, que ha superat la barrera dels 100.000 usuaris. El fet que la majoria de mitjans digitals controlats per l'OJD hagi crescut en audiència durant el període és un signe inequívoc de la consolidació d'Internet com a espai informatiu.

**El primer mitjà d'informació en català és VilaWeb, seguit de l'Avui, i del 3cat24.cat, el nou portal de notícies de la CCMA**



Taula 9. Usuaris únics mensuals dels webs informatius catalans (2006-2008)

	Desembre 2006	Juny 2007	Desembre 2007	Març 2008	Desembre 2008
<i>La Vanguardia</i>					2.116.073
<i>El Periódico de Catalunya</i>	847.078	943.488	1.369.204		1.626.376
CCMA <sup>A</sup>	682.850	657.448	761.266	801.844	1.171.806
VilaWeb	268.947	269.373	284.781	290.779	329.233
<i>Avui</i>	118.586	145.159	171.595	202.361	236.660
Racó Català		71.336	94.452	87.314	105.364
e-Notícies	63.622	61.520	60.863	71.927	98.653
<i>Diari de Girona</i>					93.155
Nació Digital		31.615	43.951	47.427	66.011
Lamalla		54.370	75.299	62.852	61.534
El Debat		7.453	19.650	27.675	59.934
Barcelona TV		26.588	28.615	27.683	36.889
Osona.com	33.343	32.629	34.906	33.658	36.171
Directe!cat					35.795
<i>Regió 7</i>					31.080
Lleida.com				22.781	20.973
El Singular Digital					20.169
Teatralnet		8.983	12.546	13.870	17.072
CiutatOci	17212	18.162	18.041	10.672	14.116
<i>L'Empordà</i>					13.838
<i>Més Osona</i>	2710	3.872	5.217	5.142	7.299
Diari de Barcelona		5.095	6.483	6.996	6.606

<sup>A</sup> L'audiència individual dels principals portals de la CCMA el desembre de 2008 era: TV3.cat, 917.671; 3cat24.cat, 228.209; ElsEsports.cat, 93.889, i CatRadio.cat, 158.373. La suma no és igual al total perquè hi ha usuaris que visiten més d'un dels serveis.  
Font: OJD Interactiva.

**La *catosfera*, el conjunt de blocs en català, ha esdevingut un espai d'activisme social significatiu, d'on han sorgit, especialment, iniciatives que reclamen la independència dels Països Catalans**



Internet és l'únic mitjà on va créixer la inversió publicitària el 2008 a l'Estat espanyol, i, tot i que aquest any encara representa només el 8,6% de la inversió en mitjans convencionals, ja ocupa la cinquena posició per volum (INFOADDEX, 2009). El creixement de 2008 –d'un 26,5%, fins als 610 milions d'euros– segueix la tendència imparable d'anys anteriors (310 milions el 2006, 482 milions el 2007), i si el 2009 no es veu afectat per la crisi, com ja ho han estat el 2008 la resta de mitjans, es confirmaria que Internet s'ha guanyat definitivament la confiança dels anunciant. El 2008, i per primera vegada, els enllaços patrocinats (model publicitari promogut per Google en què els anuncis són textos relacionats amb el contingut de la notícia) han superat els clàssics bàners (anuncis gràfics) en volum d'inversió, i ja suposen el 53% d'aquest mercat publicitari. Els cercadors promoguts per les principals multinacionals del sector d'Internet (Google, Yahoo!, Microsoft) s'emporten, així, la majoria dels ingressos per davant dels webs informatius.

#### 4.2. El web social

Els blocs s'han consolidat en l'ecosistema digital català, on s'han creat xarxes d'usuaris actius que debaten temes d'actualitat o comparteixen experiències. Aquestes xarxes es formen de manera dinàmica a partir dels comentaris i els enllaços que es fan mútuament els blockaires, però en alguns casos es fan visibles de manera més explícita, com a la Xarxa de Blocs Sobiranistes ([www.xbs.cat](http://www.xbs.cat)) o a la vintena de comunitats locals i comarcals nascudes entre 2007 i 2008.<sup>8</sup> Destaquen, també, iniciatives com Poliblocs.cat o Cercabloc.cat, que volen ajudar a ordenar i donar visibilitat als blocs catalans, en el primer cas els especialitzats en l'àmbit de la política. El sentiment dels autors de blocs de pertànyer a un col·lectiu blockaire català s'ha reforçat amb trobades com la celebrada a Granollers el gener de 2008 i els primers premis a blocs en català, organitzats per l'associació STIC.cat.

La *catosfera*, el conjunt de blocs en català, ha esdevingut un espai d'activisme social significatiu, d'on han sorgit, especialment, iniciatives que reclamen la independència dels Països Catalans: en són exemples la campanya "Jo també vull un Estat propi", el setembre de 2006, en què mig centenar de blockaires van titular així els seus articles durant la Diada; el mapa interactiu d'Estatpropi.cat, o la convocatòria de la manifestació "Deu mil a Brussel·les", gestada en un debat a la blockosfera i materialitzada a principis de 2009.<sup>9</sup>

Tot i la vitalitat dels blocs catalans, el concepte de web social o web 2.0 s'ha popularitzat gràcies a altres serveis web, molt especialment Facebook en el cas català. Els webs 2.0 són aquells que centren la seva activitat a facilitar eines als internautes per compartir continguts i interactuar entre ells. Facebook va néixer com un servei per mantenir en contacte companys de promoció de les universitats americanes, però ben aviat va obrir-se a qualsevol usuari i l'empresa va permetre la traducció del servei a qualsevol idioma a través d'una interfície senzilla que permetia el treball de col·laboradors voluntaris en la tasca de traducció. Facebook va aparèixer el febrer de 2004, però no va ser fins a la seva traducció al català, l'estiu de 2008, que va convertir-se en un èxit entre els internautes catalans. Tot i que no hi ha dades concretes sobre el nombre d'usuaris en català, a finals de 2008 hi havia ja més de 150 milions d'usuaris a tot el món, un 70% fora dels Estats Units.<sup>10</sup> Els usuaris de Facebook

8. Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol "La comunicació local".

9. Vilaweb (22-01-2009): "Deumil.cat vol posar l'autodeterminació a l'agenda del món" [En línia] <[http://www.vilaweb.cat/www/noticia?p\\_idcmp=3414030](http://www.vilaweb.cat/www/noticia?p_idcmp=3414030)>. [Consulta: juny de 2009].

10. Facebook [En línia] <<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>>. [Consulta: juny de 2009].



comparteixen fotografies amb els amics que també són usuaris d'aquesta xarxa social, es posen al dia sobre les seves activitats i estat d'ànim i usen el web per organitzar trobades. Una de les opcions més populars són els grups de suport a una causa –com, per exemple, el que es va crear per donar suport al periodista Antoni Bassas quan va deixar el programa *El matí de Catalunya Ràdio*.

#### 4.3. Cultura en xarxa

La cultura sempre ha estat un dels àmbits més actius de la Internet catalana, però el bienni 2007-2008 ha estat especialment intens amb l'aparició de nous projectes. La Biblioteca de Catalunya ha tingut un paper destacat en aquest context, amb tot un seguit d'iniciatives que busquen ampliar la presència de continguts en català a la Xarxa:

- Arxiu de Revistes Catalanes Antiques (ARCA): Arxiu de revistes catalanes antigues que, des de 2005, ha anat digitalitzant fins a 165 capçaleres dels segles XIX i XX (<http://www.bnc.cat/digital/arca/index.html>).
- Patrimoni Digital de Catalunya (Padicat): Sistema de captura de webs que arxiva de manera recurrent el contingut i el disseny de llocs web rellevants de la Internet catalana. Durant el 2008 va arribar als 34 milions de fitxers arxivats, i permetia la consulta de l'evolució històrica de centenars de webs catalans (<http://www.padicat.cat>).
- Memòria Digital de Catalunya (MDC): Interfície de cerca de material digitalitzat per diferents entitats culturals catalanes. Aquest fons té visibilitat a escala europea al portal Europeana.eu (<http://mdc.cbuc.cat>).

D'altra banda, el Grup Enciclopèdia Catalana va engegar, el febrer de 2008, l'Enciclopèdia ([www.enciclopedia.cat](http://www.enciclopedia.cat)), una nova etapa de la seva presència a Internet, amb accés gratuït a tots els articles després de ser un servei de pagament durant deu anys. El nou portal incorpora continguts actualitzats de la tradicional enciclopèdia en paper i també d'altres obres i bases de dades publicades pel grup.<sup>11</sup> Es preveu que fins el 2011 no estiguin totalment disponibles els continguts previstos (575.000 entrades amb 250.000 enllaços interns).

Finalment, Edicat, empresa editora de revistes en català per a estudiants, va estrenar el 2007 Ficcions.cat, un concurs literari per a joves que va anar ampliant amb noves categories durant el 2008. Les dues primeres edicions han tingut més de 1.000 participants de 200 instituts dels Països Catalans. Les narracions són publicades al lloc web del concurs a mesura que els joves les van aportant, i poden ser comentades per la resta de participants.

## 5. La llengua catalana a Internet

Un dels aspectes més significatius assenyalats en l'anterior edició d'aquest informe va ser l'aprovació, el setembre de 2005, del domini .cat com a distintiu de la comunitat lingüística i cultural catalana a Internet. Després d'un període inicial de ràpid creixement del registre de dominis .cat (especialment entre abril i juliol de 2006), el bienni 2007-2008 el ritme

**Després d'un període inicial de ràpid creixement del registre de dominis .cat, el bienni 2007-2008 el ritme d'altres s'ha mantingut sostingut, amb un lleuger increment en la petició de dominis els darrers mesos del període**



11. Es pot llegir la presentació que la mateixa Enciclopèdia Catalana fa del seu nou projecte de l'Enciclopèdia. [En línia] <<http://www.enciclopedia.cat/ajuda.html>>. [Consulta: juny de 2009].

**La proposta de l'Ajuntament de Barcelona per a la consecució del domini .bcn compta amb el suport d'institucions i empreses però CiU i ERC van expressar les seves reserves, argumentant que podria afeblir el .cat**



d'altes s'ha mantingut sostingut, amb un lleuger increment en la petició de dominis els darrers mesos del període. La simplificació dels mètodes de registre, introduïda la tardor de 2007, i la reducció del preu de l'alta del domini de fins a un 50% el 2008, podrien ser les causes d'aquest repunt. Segons indicava la Fundació puntCAT al bloc de Domini.cat, el març de 2009 ja se superaven els 36.000 dominis .cat inscrits. També segons aquesta fundació, en aquesta mateixa data hi havia ja 60 milions de documents indexats, la qual cosa posa el .cat en el primer lloc entre els dominis genèrics pel que fa a documents existents.

L'èxit de la iniciativa .cat ha impulsat un seguit de propostes de reconeixement de caràcter lingüístic i cultural –entre d'altres, de l'escocès, el 2005; el gallec, el bretó i el gal·lès, el 2006; el lleonès, el 2007; el quebequès i l'anglès, el 2008; el basc i l'hongarès, el 2009– o bé de ciutats i regions –com .lat, per a l'Amèrica Llatina, o .africa. En aquest context s'inscriu la proposta .bcn, impulsada per l'Ajuntament de Barcelona i presentada la tardor de 2008. Aquesta iniciativa, que pretén potenciar la “marca Barcelona”, compta amb el suport d'institucions i empreses però no amb el consens polític. Els grups municipals de CiU i ERC van expressar les seves reserves, argumentant que podria afeblir el .cat (*La Vanguardia*, Vivir, 25-10-2008, p. 13.). Aquesta preocupació també era compartida per Jordi Bosch, secretari de Telecomunicacions i Societat de la Informació de la Generalitat.<sup>12</sup>

La proposta de l'Ajuntament de Barcelona per a la consecució del domini .bcn s'ha sumat a una campanya d'altres ciutats, com París, Berlín, Hamburg i Nova York,<sup>13</sup> que vol impulsar el reconeixement per part de l'ICANN dels dominis de primer nivell per a ciutats (cityTLD), com una categoria a banda dels dominis genèrics de primer nivell (gTLD) –on s'haurien d'integrar si no s'efectuen canvis– o de codis per a països (ccTLD). A més, des d'aquesta campanya també es proposa un domini de primer nivell geoTLD, que tindria significació geogràfica, geopolítica, ètnica, lingüística o cultural. Com a exemples de dominis ja reconeguts que s'encabirien en aquesta categoria, esmenten el .cat (domini genèric), el .asia (també domini genèric, reconegut el 2007) i el .eu (domini de primer nivell territorial o per a països, reconegut el 2005); a més, també s'hi haurien de sumar els dominis per a ciutats.

A banda de les noves iniciatives sobre els dominis que han sorgit seguint la petja del .cat, en aquest apartat també podem parar atenció a la promoció de l'ús de la llengua catalana a Internet, que ha tingut un reconeixement institucional per part de la Generalitat de Catalunya amb els premis atorgats a les dues convocatòries dels Premis Nacionals de Radiodifusió, Televisió, Internet i Telecomunicacions, els anys que abraça aquest informe. A l'edició de 2007 es va atorgar una menció d'honor genèrica al català a Internet. Va ser la primera vegada que en aquests guardons s'atorgava una menció d'aquestes característiques. En aquest cas es destacava el conjunt d'actuacions col·lectives, sovint anònimes, que havien contribuït al fet que el català sigui una de les principals llengües d'ús a la Xarxa.<sup>14</sup>

La visibilitat del català a la Xarxa també va ser un criteri determinant a l'hora d'atorgar el Premi Nacional d'Internet 2008 a Google.cat. El jurat va destacar “l'aposta de Google pel multilingüisme com a element competitiu”. L'empresa va incorporar el català entre la quarantena de llengües disponibles per als seus diversos productes (Google, Gmail,

12. VilaWeb (24-10-2008): “La Generalitat s'oposa al domini .bcn” [En línia] <[http://www.vilaweb.cat/www/noticia?p\\_idcmp=3041700](http://www.vilaweb.cat/www/noticia?p_idcmp=3041700)>. [Consulta: juny de 2009].

13. CityTLD Network [En línia] <<http://citytld.com>>. [Consulta: juny de 2009].

14. Aquests guardons van ser creats l'any 1999 pel Departament de la Presidència i inicialment no comptaven amb la categoria d'Internet, que es va constituir a la segona convocatòria arran de la importància creixent que anava adquirint aquest sector.

Blogger, Google Maps, entre d'altres) i va incloure el domini .cat a serveis amb un domini diferent al .com.<sup>15</sup> També es van valorar els acords per a la digitalització del fons bibliogràfic de l'Institut d'Estudis Catalans i de cinc importants biblioteques catalanes: es tracta de digitalitzar centenars de milers de llibres de domini públic (que no estan subjectes a drets d'autor) i fer-los accessibles a través d'Internet de manera universal i lliure. En aquest sentit, el gener de 2007 es va presentar l'acord subscrit per la Biblioteca de Catalunya i les biblioteques del Monestir de Montserrat, el Seminari de Barcelona, el Centre Excursionista de Catalunya i l'Ateneu Barcelonès per a l'adhesió al Projecte de Biblioteques de Google, dins del seu programa de cerca de llibres. Aquest acord era el segon subscrit per institucions no anglosaxones a aquest projecte (el primer el va signar la Universitat Complutense de Madrid) i el tercer a Europa (l'altra institució adherida és la Universitat d'Oxford) (*La Vanguardia*, 11-01-2007, p. 30.). Cal tenir en compte que el català també és present entre les 26 llengües d'Europeana,<sup>16</sup> una altra iniciativa per a l'accessibilitat del patrimoni cultural i científic. En canvi, la Biblioteca Digital Mundial, impulsada per la UNESCO, no compta amb el català entre les set llengües disponibles.<sup>17</sup>

Des d'una perspectiva quantitativa, segons el Baròmetre, el 32,6% dels parlants habituals en català eren internautes el 2007, mentre que en el cas del castellanoparlants ho eren el 30,1%. El 2008, però, s'observa un eixamplament d'aquesta diferència: són internautes el 37,3% dels parlants del català i el 33,2% dels que parlen en castellà.

En canvi, les dades es decanten a favor del castellà quan prenem com a referència els usuaris d'Internet a Catalunya i observem quina és la seva llengua habitual. En aquest cas, el 2007 el 56,8% dels internautes tenien el castellà com a llengua predominant, mentre que només el 40,2% eren preferentment catalanoparlants. El 2008 el 55,4% parlaven castellà preferentment, i el 41,4%, català. Les dades dels dos anys reflecteixen de manera semblant les preferències lingüístiques de la mostra analitzada, que tendeix a utilitzar el castellà i el català d'una manera força semblant a com ho tendeixen a fer els internautes (el 2007 el 37,8% dels enquestats declarava que la seva llengua habitual era el català i el 57,9% el castellà; per al 2008 el 38,3% utilitzava habitualment el català i el 57,6% el castellà).

Pel que fa a l'idioma de les interfícies a Internet, la majoria d'usuaris utilitza el castellà. Com assenyala Torrijos (2008: 83-84), els usos lingüístics a les interfícies d'Internet estan subjectes a la disponibilitat lingüística a la Xarxa. Amb tot, s'observa una major disponibilitat del català a la Xarxa que en dispositius com ara el mòbil, l'MP3 o les consoles.

**Taula 10. Percentatge d'usuaris d'Internet a Catalunya que té instal·lat el català en el menú o la interfície (2007)(%)**

Interfície del directori temàtic	33,8
Interfície wiki	23,7
Pàgina inicial del navegador	20
Interfície de xat	18,3
Pàgines que es visiten	40,5
Interfície de cercadors	28,1
Llista de distribució	28
Pàgina d'inici de fòrum	27

Font: TORRIJOS (2008: 84).

**Google va incorporar el català entre la quarantena de llengües disponibles per als seus diversos productes i va incloure el domini .cat a serveis amb un domini diferent al .com**

15. Amb tot, Google pot replantejar-se la presència del català en funció de si es manté o no entre les 40 llengües més utilitzades a la Xarxa. Cal tenir en compte l'emergència d'altres comunitats lingüístiques, sobretot procedents de l'Àsia, que tendeixen a créixer per efecte de l'accés progressiu de totes elles a la societat de la informació (<<http://www.directe.cat/punt-de-mira/google-en-catala-pels-pels-9765>>). [Consulta: juny de 2009]

16. Entre les opcions lingüístiques, no s'hi troben altres idiomes oficials a Espanya, com l'eusquera o el gallec, tot i la presència de la Xunta de Galícia com a contribuïdora (proveïdora de continguts). Entre les institucions vinculades a Europeana de l'àmbit lingüístic català, hi són representades la Biblioteca de Catalunya i la Biblioteca de València. Europeana.eu es va posar en marxa la tardor de 2008 amb el suport de la comissària europea de la Societat de la Informació i els Mitjans de Comunicació.

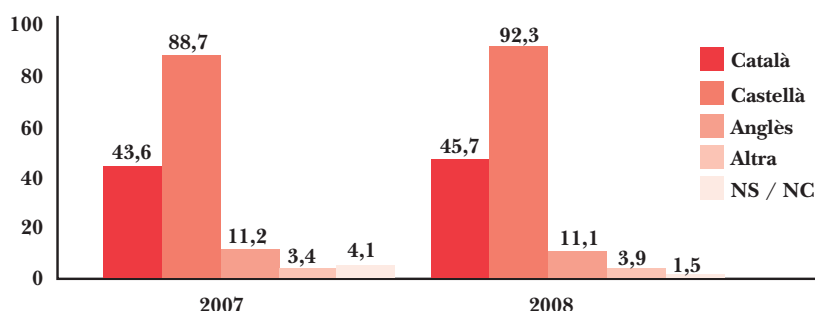
17. El prototip es va presentar la tardor de 2007, i la posada en marxa es va produir la primavera de 2009. No compta amb cap institució catalana ni espanyola entre els seus socis. Entre d'altres, Google hi ha col·laborat financera.

**Als problemes en el desplegament de la banda ampla al territori català se n'hi afegeixen d'altres, com una Internet lenta i cara**



Les dades de la taula 10 poden complementar-se, pel que fa a l'idioma de les pàgines web consultades, amb les dades que aporta el Baròmetre. Com es pot apreciar al gràfic 1 i a les dades aportades per Torrijos (2008: 84), els percentatges de lectura de webs en català se situen a l'entorn del 40-45%. Tot i això, la llengua predominant és el castellà, que en dobla el percentatge.

**Gràfic 1. Llengües en què s'acostumen a llegir els llocs web (%)**



Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Anys naturals 2007 i 2008.

Les dades relatives als webs s'han de contextualitzar amb l'ús general de la llengua a Internet. Segons el Baròmetre, la llengua predominant és el castellà (89,9% el 2007 i 91,8 el 2008), per davant del català (43,8% el 2007 i 46,6 el 2008) i l'anglès (9,5% el 2007 i 10,5 el 2008).

## 6. Conclusions

Alguns dels aspectes més significatius assenyalats en l'anterior edició d'aquest informe han seguit capitalitzant l'interès durant el període 2007-2008. En primer lloc, cal destacar la qüestió de l'accés a les connexions de banda ampla. El 2006 ja va motivar un informe del Síndic de Greuges que alertava sobre el risc de fractura digital a Catalunya pel desplegament desequilibrat d'aquestes infraestructures. El fet que alts responsables de l'Administració catalana qualifiquin la situació de "coll d'ampolla" posa de manifest la prioritat amb què cal observar aquesta situació. D'altra banda, als problemes en el desplegament al territori català se n'hi afegeixen d'altres, com una Internet lenta i cara, tal com assenyala reiteradament la comissària europea de la Societat de la Informació i els Mitjans de Comunicació per qualificar la situació a Espanya.

Un altre dels aspectes destacats de l'anterior informe va ser la consecució del .cat, que ha continuat tenint repercussions durant el període que abraça l'informe actual. Aquesta iniciativa inèdita per al reconeixement lingüístic i cultural d'una comunitat a Internet ha fet de detonant d'altres propostes semblants i ha plantejat un debat a l'ICANN sobre la gestió més adient dels dominis a Internet. Amb tot, la unanimitat que va presidir l'acció catalana no està trobant un consens semblant en la iniciativa per al reconeixement del domini .bcn impulsat per l'Ajuntament de Barcelona. Els seus detractors consideren que el .cat es veuria afeblit si prospera la iniciativa de la capital catalana.

També ha estat marcada per la controvèrsia l'acció normativa d'àmbit estatal. Tant la Llei d'impuls de la societat de la informació com la posada en marxa del cànon digital han mobilitzat els sectors socials crítics. La regulació de l'accés als continguts digitals i la conciliació amb la propietat intel·lectual es preveu com un aspecte crucial que caldrà tenir en compte, especialment amb una perspectiva europea, en la propera edició de l'informe.

Des del punt de vista de la presència i l'ús de la llengua catalana, la valoració ha de ser ambivalent. D'una banda, la llengua predominant és clarament el castellà; amb tot, la disponibilitat del català a Internet és més alta que la que podem trobar en dispositius com els telèfons mòbils, els reproductors d'MP3 o les consoles.

Tenint en compte la perspectiva de l'oferta de continguts i serveis, es pot considerar que els blocs s'han consolidat a l'ecosistema digital català, i d'això en són un bon reflex les diverses mostres de capacitat exhibides per organitzar accions col·lectives. Malgrat tot, el web social o web 2.0 s'ha popularitzat sobretot a partir d'altres serveis web, particularment Facebook, que va ser traduït al català l'estiu de 2008, quatre anys després de la seva posada en funcionament.

Finalment, caldrà estar atents a l'evolució de la consolidació experimentada durant el bienni 2007-2008 pels llocs web informatius nacionals (visible en el creixement dels equips humans de les redaccions digitals o en l'augment de mitjans digitals que auditen les dades d'audiència), a causa de l'eventual afectació de la crisi econòmica que ha esclatat al final del període.

**Tot i que la llengua predominant a Internet és clarament el castellà, la disponibilitat del català a la Xarxa és més alta que la que podem trobar en dispositius com els telèfons mòbils, els reproductors d'MP3 o les consoles**



## Referències

ADSL ZONE (2008): "I Estudio de velocidad sobre banda ancha en 2008" [En línia].

<<http://www.adslzone.net/estudio-velocidad-adsl-cable-2008.html>> [Consulta: juny de 2009].

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2008): *Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007* [En línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

<<http://www.cac.cat/web/recerca/publicacions/llicitat.jsp?NDY%3D&MQ%3D%3D&L3dIYi9yZWNlcmNhL3B1YmxpY2FjaW9ucy9sbGlzdGF0>> [Consulta: juny de 2009].

DEPARTAMENT DE LA PRESIDÈNCIA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2006): *Dades de la convocatòria d'ajuts del Departament de la Presidència als mitjans de comunicació* [En línia]. Barcelona: Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya.

<<http://www20.gencat.cat/docs/Sala%20de%20Premsa/Documents/Arxius/8097.pdf>> [Consulta: octubre de 2008].

INFOADEX (2009): "La inversión publicitaria decreció en 2008 el -7,5%" [En línia]. Madrid: Infoadex.

<<http://www.infoadex.es/NOTAPRENSA.pdf>> [Consulta: març de 2009].

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2008): *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares* [En línia]. Madrid: INE.

<<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp450&file=inebase&L=0>> [Consulta: maig de 2009].

OCDE (2008): *Broadband Growth and Policies in OECD Countries* [En línia]. París: OCDE.

<[http://www.oecd.org/document/1/0,3343,en\\_2649\\_34223\\_40931201\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/1/0,3343,en_2649_34223_40931201_1_1_1_1,00.html)> [Consulta: juny de 2009].

TORRIJOS, A. (2008): “Perfils de consumidors i usos lingüístics en les TIC” [En línia]. *Llengua i ús. Revista Tècnica de Política Lingüística* [Barcelona], núm. 41, p. 78-90.

<[http://www6.gencat.net/llengcat/liu/41\\_11.pdf](http://www6.gencat.net/llengcat/liu/41_11.pdf)> [Consulta: març de 2009].

GORDILLO, S. (2007): *Nació.cat*. Barcelona: Mina.